

Placement Iklan Pada Film Alangkah Lucunya Negeri Ini
Kiriman: Nyoman Lia Susanthi, Dosen PS Seni Pedalangan ISI Denpasar.



Film memiliki fungsi ganda, yaitu sebagai barang tontonan dan barang dagangan. Kesuksesan film sangat ditentukan oleh penontonnya, sehingga idealnya setiap produser bisa membaca keadaan penonton yang hendak disuguhkan tontonan mereka. Selain itu kesuksesan film juga ditentukan oleh mutu film, yang dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu film dengan mengutamakan mutu dagang (commercial Quality) serta mutu seni (Artistic Quality)¹. Kedua unsur tersebut bisa berjalan sejajar atau berlawanan. Contohnya film 'Biola Tak Berdawai' memiliki mutu yang bagus namun tidak terlalu laku, sementara film 'Menculik Miyabi' mutu filmnya tidak sebaik garapan 'Biola Tak Berdawai' namun sangat laku dipasaran. Adapula film yang menjalankan keduamutunya yaitu film 'Ada Apa Dengan Cinta' memiliki mutu seni yang baik, terbukti *sound track film* digarap sangat baik sehingga tidak hanya filmnya yang laris dipasaran tapi juga mutu seni dalam filmnya digemari penonton. Euforia film di Indoensia pasang surut. Pernah menghasilkan kuantitas yang beragam, serta mampu merefleksikan bagian wajah sosial hingga politik Indonesia. namun dari segi kualitas masih sedikit yang bisa diseleksi untuk kompetisi global. Pada aspek film komersial, sinema Indonesia masih belum memiliki keterampilan yang tinggi dan tidak konsisten dalam standarisasi².

Film merupakan dunia yang materialistis, karena uang memegang peranan utama dalam memproduksi film. Sebaik apapun penulis skenario, sutradara, dan tim pembuat film, tidak mungkin dapat melahirkan film tanpa dukungan uang. Majikan dari pembuatan film adalah produser. Dia bertanggung jawab atas modal yang dibutuhkan untuk membuat film. Sehingga bagi produser, film merupakan barang dagangan yang digunakan untuk mencari

¹ Mangunharjana, Margiya A. 1976. *Mengenal Film*, Yogyakarta: Yayasan Kanisius. Hal. 70-71

² Nugroho, Garin. 2005. *Seni Merayu Massa*, Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara. Hal. 77

keuntungan³. Banyak upaya yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan, diantaranya menyelipkan produk iklan dalam beberapa adegan film. Film adalah salah satu media massa yang menjual dan mampu merayu massa. Dengan dalih ini maka banyak produsen film menjadikan media ini sebagai salah barang dagangan yang ampuh menjual produk.

Iklan yang berfungsi untuk mempublikasikan produk barang ataupun jasanya memerlukan media yang tergolong massa, diantaranya media cetak, elektronik (tv dan radio) serta film. Iklan sering muncul dalam media cetak, tv dan radio, namun *placement* iklan dalam film memang jarang ditemui. Dari sekian banyak film yang direlease Hollywood, kemunculan iklan bisa dihitung dengan jari. Diantaranya film ‘God Must Be Crazy’ yang secara tidak langsung memperomosisikan Coca-Cola sebagai produk minuman penghilang dahaga. Dalam film tergambar bahwa seorang pilot yang menerbangkan pesawat di negeri yang sangat kering yaitu di Kalahari, Afrika. Ditengah suasana panas dan gerah, sang pilot menghabiskan minuman Coca-Cola dengan nikmatnya. Dari pesawat dia kemudian melempar botol minuman yang jelas berlabel ‘Coca-Cola’. Botol tersebut menjadi bagian dari cerita yang berdurasi 2 jam, dan selalu menampilkan label ‘Coca-Cola’ dengan jelas. *Placement* iklan dalam film memang tidak semudah menempatkan iklan dalam program acara di televisi, yang tinggal memotong programnya untuk memasukkan iklan dalam sajian program. Memasukkan iklan dalam film memerlukan kecerdasan sang sutradara, agar penempatan produk iklan tidak melepas benang merah dalam cerita film tersebut.

Jika dikaitkan di Indonesia, maka strategi ini adalah upaya untuk mempertahankan film Indonesia yang dijajah Hollywood. Salah satu film yang menjadi kajian penulis untuk *placement* iklan adalah film berjudul ‘Alangkah Lucunya Negeri Ini’. Penulis memilih film ini karena film ini tergolong film yang baik diantara film Indonesia yang menjadikan tema horror dan wanitanya sebagai komodifikasi⁴. Film "Alangkah Lucunya (negeri ini)" yang disutradarai oleh Deddy Mizwar menggambarkan potret kehidupan masyarakat sehari-hari dan berisikan kritikan sosial pada negeri yang bernama Indonesia. Refleksi realita sosial ditampilkan dalam kehidupan para pencopet yang tidak memiliki pilihan selain mencopet untuk bertahan hidup. Datanglah seorang sarjana ekonomi bernama Muluk yang pengangguran untuk mengelola hasil dari mencopet. Muluk mengelola uang hasil copetan dengan menyicilkan sebuah sepeda motor, membayar guru untuk mengajar dan sisanya ditabungkan. Selain banyak konflik dan sindiran yang terungkap, film ini juga menggambarkan rasa kecintaan terhadap tanah air, tanpa memandang siapa pemimpinnya.

Dari pengamatan penulis, dalam film ‘Alangkah Lucunya Negeri Ini’ terdapat banyak sisipan produk iklan yang tampil. Diantaranya Yamaha, Sosis So Nice, Hydro, Promag dan Bank Muamalat. Berikut analisis penulis mengenai *pelecement* iklan pada film ‘Alangkah Lucunya Negeri Ini’:

1. Sosis So Nice

Sosis So Nice merupakan jenis produk makanan yang kemunculan iklannya paling pertama dalam film ini. Muncul pada menit ke 10.52, menggambarkan tentang anak dari Abah bernama Pipit yang sarjana tapi belum bekerja, hobinya mengikuti kuis di televisi. Dan kuis yang diikuti adalah program kuis So Nice, dengan mengumpulkan bungkus So Nice agar mendapatkan hadiah. Pada menit

³ Mangunharjana, *Op.Cit.* Hal. 68

⁴ Mosco (1996: 139) menyatakan bahwa komodifikasi berkaitan dengan proses transformasi barang dan jasa dari nilai gunanya menjadi komoditas yang berorientasi pada nilai tukarnya di pasar.

ke 33.09, 34.39 dan menit 46.51 Muluk, sang pemeran utama membeli oleh-oleh So Nice, sebagai hasil kerja pertamanya yang diberikan kepada ayahnya dan calon mertuanya serta Pak Haji. Dalam adegannya, semua menunjukkan ekspresi menyukai oleh-oleh Muluk, sebagai penanda bahwa makanan So Nice itu enak.

2. Yamaha

Iklan motor Yamaha menjadi bagian dari cerita dan kemunculannya paling banyak diantara produk iklan yang lain. “Motor Yamaha” disebutkan pertama kali pada menit ke 11.08, saat Pipit menyampaikan kepada Abahnya bahwa dia ikut kuis dan hadiahnya adalah “Motor Yamaha”. Selanjutnya di menit ke 16.17 kembali Pipit menonton kuis di tv dengan program kuis interaktif Yamaha. Pada menit ke 35.24 baru tampak produk motor Yamaha ditampilkan dalam film, karena Muluk membelikan motor Yamaha sebagai hasil tabungan dari para pencopet. Di menit ke 41.09 Muluk menunjukkan ke teman-temannya bahwa dia memiliki motor baru Yamaha, dan ekspresi temannya menyatakan bahwa motor yang dibelinya sangat bagus. Gambar motor Yamaha juga jelas ditampilkan pada menit ke 47.30 saat Muluk berkunjung ke rumah calon mertuanya. Terdapat kalimat yang sarat dengan promosi disampaikan oleh calon bapak mertuanya yang menyatakan bahwa “Harga laptopnya 15 juta, lebih mahal dari motor lu donk”. Dari kalimat itu menunjukkan bahwa motor Yamaha itu murah, yaitu kurang dari 15 juta.

3. Hydro

Hydro adalah produk minuman yang ditampilkan pada menit ke 11.58. digambarkan bahwa Muluk yang tengah kelelahan saat melamar kerja, duduk sambil minum Hydro dengan *background display* minuman Hydro. Pada menit ke 43.36 Pipit kembali muncul dengan menonton tv lewat kuis minuman Hydro.

4. Bank Muamalat

Bank Muamalat yang tergolong bank baru, diperkenalkan dalam iklan ini sesuai fungsinya. Muluk menabungkan uang hasil copetan anak-anak di Bank Muamalat pada menit ke 32.08, dan pada menit 34.22 terdapat adegan bahwa Muluk diberikan kartu ATM yang menunjukkan bahwa Bank Muamalat juga melayani ATM.

5. Promag

Produk obat ini memang tidak terlalu masuk dalam adegan film, hanya tampil lewat stiker Promag yang tertempel di properti, pada menit ke 44.54 stiker Promag terdapat di gerobak bakso serta pada menit ke 46.46 terdapat properti mobil box dengan tertempel stiker bertuliskan Promag.

Dari sekian banyak produk iklan yang tampil dalam film tersebut, sebagaimana iklan tersebut merupakan iklan yang pernah dibintangi oleh sang sutradara, Deddy Mizuar, diantaranya iklan motor Yamaha, Sosis So Nice dan Promag. Menurut penulis, film yang berdurasi sekitar 2 jam, menempatkan beberapa produk iklan tersebut sebagai bagian dari cerita. Seperti halnya membeli motor, dipilihnya motor Yamaha. Atau ketika menabungkan uang, dipilihnya Bank Muamalat. Begitupula dengan produk makanan So Nice dan minuman Hydro menjadi bagian dari cerita film. Hanya produk obat Promag yang tidak menjadi bagian dari jalan cerita. Penempatan iklan dalam film sangat wajar dilakukan, selama tidak merusak benang merah dari cerita.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Mangunharjana, Margiya A. 1976. *Mengenal Film*, Yogyakarta: Yayasan Kanisius

Mosco, Vincent. 1996. *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*.
London: SAGE Publications

Nugroho, Garin. 2005. *Seni Merayu Massa*, Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara

Film:

PT. Navirindo Duta Audio Visual. 2010. *Alangkah Lucunya Negeri Ini*

Sumber Foto:

<http://www.facebook.com/pages/ALANGKAH-LUCUNYA-NEGERI-INI/259169071898>